

## **Analisis Pengaruh Bauran Promosi terhadap Kesadaran Merek yang berdampak pada Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus : Binus Center Syahdan)**

**Tatang Ferdiya – 1000852354**

### **ABSTRAK**

Bauran promosi dan akan berpengaruh terhadap kesadaran merek konsumen pada suatu perusahaan sehingga akan mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu perlu diketahui sejauhmana keberhasilan bauran promosi yang dilakukan dalam mempengaruhi kesadaran merek karena akan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen. Untuk meneliti hal tersebut digunakan teknik pengambilan sampel *Simpel random sampling*, dimana sampelnya adalah mahasiswa Bina Nusantara University sebanyak 100 orang. Setelah itu dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk mengetahui pengaruh dari bauran promosi dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kesadaran merek yang berdampak pada pengambilan keputusan pembelian konsumen di Binus Center Syahdan. Hasil penelitian diperoleh jika  $Y = 0,923 X + 0,3847 \varepsilon_1$  dimana  $R^2_{YX1} = 0,852$  dan  $Z = 0,582 X + 0,389 Y + 0,302 \varepsilon_2$  dimana  $R^2_{ZYX2} = 0,909$ . Ternyata bauran promosi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesadaran merek dan pengambilan keputusan pembelian konsumen, Sehingga Binus Center Syahdan sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan bauran promosi yang ada untuk lebih meningkatkan kesadaran merek dan memberikan dampak yang lebih baik lagi terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci** : *Bauran Promosi, Kesadaran Merek, Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.*